

第2章

ベトナムのプラスチック産業

——内需主導発展過程における市場と企業——

藤田 麻衣

はじめに

早期のWTO加盟実現に向けた強い意思を示し、国際経済への統合を進めつつあるベトナムにおいては、経済の自由化が国内産業にもたらすインパクトに対する関心が高まっている。近年の工業生産や輸出動向から判断して、近い将来、外国投資部門がベトナム工業化の主要な牽引力となることはほぼ確実と思われる⁽¹⁾。最大の問題は、国内部門が競争力を強化し、期待される外国投資の拡大や輸出市場へのアクセスをチャンスとして成長していくためにはどのような条件が必要かということであろう。本章では、国内市場向けの生産を急速に伸ばし、輸出や外資系企業への中間財供給など更なる発展を模索しているプラスチック産業の分析をとおして、内需主導による発展過程とそれを可能にした要因を検討する。

これまでに行われてきた数々のセクター別産業競争力調査では、アパレルをはじめとする輸出指向産業の競争力に対しては比較的高い評価が与えられる一方で、内需向け産業の国際競争力の評価および将来展望については、概ね悲観的な見解が提示されることが多かった⁽²⁾。その理由として掲げられているのは、輸出品からの保護政策への依存度が高いこと、国有企業を主要な生産主体とし経営効率化のインセンティブが弱いこと、流通システムの未発

達や品質基準の未整備などのため国内市場における競争が製品の品質向上を促進しないことなどである⁽³⁾。しかし、これらの要素は、内需向け産業であるが故に国際競争力が向上できないのではなく、保護の方法や程度、生産主体と市場における競争の性格、流通システムの効率性といったさまざまな要素が国際競争力の展望に大きく影響しうることをも示唆している。

ドイモイ後の市場経済化と経済成長は、国内市場にもまた急速な変化をもたらしてきた。人々の生活水準の向上は多様な財に対する需要拡大を生み、国内の工業部門に対し新たな事業機会を提供してきた。国内需要に牽引されて発展してきた産業は、食品・飲料などの消費財からセメントや鉄鋼などの素材、家電品や輸送機械などの耐久消費財まで、きわめて多岐にわたる。これら内需向け産業の実態は、個々の産業における生産主体、市場における競争の性格などを反映し、かなり多様であると考えられる。これらの産業のなかから、輸出産業への転換を図っていくことのできる産業、外資の生産活動を支えることのできる産業が育ってくるか否かは、ベトナムの工業化展望に大きな意義をもつと考えられる⁽⁴⁾。

プラスチック産業は、ベトナムの製造業部門のなかでも急速な成長を遂げている産業のひとつである（表1）。ドイモイ後の経済成長に伴い、プラスチック製日用雑貨のほか、プラスチック板、水道パイプといった各種建築材、食品や洗剤など各種消費財のパッケージに用いられるプラスチック製フィルムやボトルなど幅広い製品に対する需要が拡大し、国内生産が急速に伸びた。生産の担い手のなかで、とりわけ急速な成長をみせたのがホーチミン市に集中した多数の民間企業であった。プラスチック産業における非国有事業所数の増加率の高さ、生産に占める非国有セクターの占めるシェアの高さは、表1に示されたとおりである。民間企業の多くは国内消費者向けの日用雑貨の生産から事業を開始し、近年では、一部の企業が海外市場への日用雑貨や包装材の輸出、外資系企業への包装材供給を開始している。

本章では、プラスチック産業の発展過程の分析にあたり、生産の主要な担い手となったホーチミン市の民間企業に焦点を当てる。まず、日用雑貨をは

表1 ゴム・プラスチック産業の主要指標：他製造業セクターとの比較

| | 生産 (2002年) | | 生産の平均年間実質成長率 (1995～2002年) (%) | 事業所数 (2001年) | | 非国有セクター事業所数の平均年間増加率 (1997～2001年) (%) |
|-----------|--------------------------|-----------------|-------------------------------|--------------|---------|--------------------------------------|
| | 全セクター (1994年固定価格, 10億ドン) | 非国有セクターのシェア (%) | | 全セクター | 非国有セクター | |
| 食品・飲料 | 57,930 | 35 | 16 | 235,751 | 235,316 | 6 |
| タバコ | 7,380 | 1 | 12 | 81 | 59 | -12 |
| 繊維 | 11,429 | 26 | 12 | 44,168 | 44,009 | -2 |
| アパレル | 8,024 | 46 | 25 | 82,370 | 82,124 | 2 |
| 皮革・皮革製品 | 10,253 | 36 | 27 | 6,006 | 5,887 | 11 |
| 木・木製品 | 4,289 | 71 | 4 | 136,690 | 136,585 | 1 |
| 紙・紙製品 | 5,139 | 46 | 23 | 2,232 | 2,160 | 17 |
| 出版・印刷 | 2,583 | 11 | 10 | 4,265 | 4,093 | 10 |
| コークス・石油精製 | 525 | 30 | 8 | 65 | 61 | 193 |
| 化学・化学製品 | 14,585 | 17 | 27 | 2,035 | 1,842 | 4 |
| ゴム・プラスチック | 9,882 | 43 | 48 | 3,880 | 3,739 | 12 |
| 非金属 | 25,935 | 20 | 26 | 33,800 | 33,550 | 0 |
| 金属加工 | 7,877 | 63 | 19 | 44,808 | 44,625 | 7 |
| 基礎金属 | 8,467 | 12 | 38 | 1,747 | 1,704 | -3 |
| 機械 | 4,166 | 21 | 30 | 2,136 | 2,017 | -9 |
| オフィス機器 | 782 | 6 | 386 | 8 | 4 | n.a. |
| 電気機械 | 7,595 | 9 | 85 | 1,091 | 1,006 | -1 |
| ラジオ・通信機器 | 6,424 | 8 | 30 | 187 | 129 | 21 |
| 医療・精密機器 | 499 | 7 | 21 | 76 | 54 | -5 |
| 自動車 | 5,801 | 8 | 42 | 1,731 | 1,668 | 15 |
| その他輸送機械 | 8,234 | 22 | 48 | 3,037 | 2,921 | 4 |
| 家具 | 5,757 | 59 | 27 | 51,089 | 50,935 | 3 |
| リサイクル | 155 | 100 | 11 | 979 | 979 | 10 |
| 製造業計 | 213,709 | 29 | 22 | 658,232 | 655,467 | 3 |

(注) (1) 加工・成形されたプラスチック製品、すなわち川下部門の製品は「ゴム・プラスチック」に含まれるが、川上・川中部門の製品である基礎・中間原料は「化学および化学製品」に含まれる。

(2) 「非国有セクター」は、国有（中央・地方）以外の国内経済セクターを指し、外国投資セクターは含まない。具体的には、集団、民間、家族経営、混合の各セクターが含まれる。

(出所) General Statistical Office, *Statistical Yearbook*, Hanoi: Statistical Publishing House, 各年版。

はじめとする低級品の生産拡大が実現した発展初期（1990年代初頭～後半）における市場と関連産業の形成に言及しつつ、民間企業による活発な参入と生産拡大の過程と要因を考察する。さらに、製品の多様化・高度化の時期（1990年代末以降）において、市場の急速な変化が企業の新たな対応をもたらしていることを指摘し、外資系企業との取引や輸出といった新たな展開が産業発展にどのような意義をもつのかを検討する。

本章の構成は以下のとおりである。第1節では、対象産業の特性と企業調査の概要を述べる。第2節では、ベトナムのプラスチック産業の歴史と政策の変遷を整理し、産業の現状を明らかにする。第3節では、市場・流通システムの形成状況に着目しつつ、1990年代のホーチミン市において民間企業による参入と生産拡大が実現した過程と要因を考察する。第4節では、市場の変化によってホーチミン市のプラスチックメーカーが対応を迫られていることを指摘し、企業事例の検討をとおして新たな発展の方向を考察する。最後に、内需主導によるプラスチック産業の発展過程を総括し、さらなる発展のための課題について言及する。

第1節 対象産業と調査の概要

1. 対象産業の特性

プラスチック産業は、川上、川中、川下の三つの部門に分かれる。川上部門では、石油を分解して得られるナフサの精製により、エチレン、プロピレンなどの基礎原料が製造される。必要な投下資本額が大きく、規模の経済性が最も強く働く部門である。川中部門では、これらの基礎原料がポリエチレン、塩化ビニルなどの中間材料に加工される。最も広く用いられる中間材料は低密度ポリエチレン（LDPE）、高密度ポリエチレン（HDPE）、塩化ビニル（PVC）、ポリプロピレン（PP）、ポリスチレン（PS）などで、汎用プラスチッ

クと呼ばれることが多い。

川下部門では、中間材料を加工・成形してプラスチック製品を製造する。成形品はそのまま消費財として用いられることもあれば、部品として他の工業製品の組立てに用いられることもあるなど、多面的な性格をもつ部門である。薄いフィルムやシートを作るフィルム成形法、細長いパイプやチューブを作る押出成形法、中が空洞となっているボトルなどの容器を作るブロー成形法など、製造する製品の形状に応じてさまざまな成形方法が用いられる。ホーチミン市のプラスチック成形メーカーの間で最も広く用いられている射出成形法⁵⁾の場合、射出成形機に金型を取り付け、金型の中に溶融した樹脂を流し込み、固めてさまざまな形状の個体を作る。金型は、成形品の品質・精度を左右する重要な要素であるうえ、新製品導入のたびに新たに調達しなければならないため、成形メーカーにとっての投資負担も大きい。

ベトナムにおいては、川下の成形加工部門の発展が先行した。1990年代初頭からバケツ、食器、机・椅子などの日用雑貨の生産が拡大し、1990年代半ば以降には、ポリ袋やボトルなどの包装材、パイプなどの建築材へと製品の多様化がみられた。1990年代末ごろからは、ベトナム語で「工業プラスチック」(nhua công nghiệp) と称される産業用プラスチック製品の生産が伸びつつあるが、この語は化粧品や洗剤などに用いられるボトルといった包装材、運送用のパレットなどを含む比較的広い概念として用いられる。輸送機械や電気製品用の工業部品の生産はまだきわめて少ない。

一方、川中・川上部門の発展は大幅に遅れた状況にある。第2節で述べるように、川中部門では、国内の樹脂消費の拡大を受けて1990年代後半以降、外資との合弁案件による二つのPVC工場が稼働を始めたばかりである。以上のようなベトナムの状況に鑑み、本章では「プラスチック産業」を主に川下部門を指す語として用いる。

表2 調査対象の企業数

| 業種 | 所有形態など | 企業数(社) |
|------------------------|--------------|--------|
| プラスチック成形メーカー | 国有(中央) | 2 |
| | 国有(地方) | 2 |
| | 国有(株式化) | 2 |
| | 民間 | 12 |
| | 外資(日系) | 4 |
| | 外資(シンガポール系) | 1 |
| 金型メーカー | 民間 | 3 |
| | 外資(越僑) | 1 |
| | 外資(日系) | 1 |
| 樹脂を扱う商社 | 外資(日系) | 3 |
| プラスチック製部品・包装材を調達するメーカー | 外資家電(日系) | 4 |
| | 外資家電(中国) | 1 |
| | 外資トイレタリー(日系) | 1 |

(出所) 筆者作成。

2. 企業調査の概要

本章の分析は、筆者が2003年6月から9月にかけてホーチミン市で行った調査に主に基づいている。対象企業は、プラスチック成形メーカー、金型メーカー、樹脂の輸入に携わる商社、プラスチック製部品や包装材を現地調達している外資系メーカーを含む計37社にのぼる(表2)。本章の議論の中心に位置づけられる民間プラスチック成形メーカーおよび金型メーカーについては、各企業の概要を表3に整理した。

表3 調査対象の民間企業の概要

| 社名 | 企業形態 | 企業設立年 | 事業開始年(企業設立年と異なる場合) | 従業員数(人) | 資本金(100万ドン) | 主要製品(プラスチック) | 華人企業 ¹⁾ | 調査日(すべて2003年) |
|----------------|--------|-------|--------------------|---------|-------------|---------------------|--------------------|---------------|
| (プラスチック成形メーカー) | A 有限会社 | 1994 | - | 45 | 2,300 | 二輪車用バッテリーケース | Y | 6月17日 |
| | B 有限会社 | 1991 | 1987 | 約800 | 77,500 | 日用雑貨, ボトル | 不明 | 8月8日 |
| | C 有限会社 | 2000 | - | 36 | 17,793 | 日用雑貨, 二輪車部品 | Y | 8月11日 |
| | D 有限会社 | 1991 | 1976 | 167 | 20,900 | 日用雑貨, PVCパイプ, テープ | Y | 8月12日 |
| | E 有限会社 | 不明 | 1999 | 約160 | 不明 | 電気部品を中心とした工業部品 | N | 8月12日 |
| | F 有限会社 | 1993 | - | 280 | 12,127 | 粘液用ボトル | Y | 8月13日 |
| | G 株式会社 | 2000 | - | 230 | 15,000 | チューブ各種 | N | 8月13日 |
| | H 有限会社 | 1995 | 1982 | 52 | 21,420 | 日用雑貨, 電気スイッチおよびその部品 | Y | 8月14日 |
| | I 有限会社 | 1999 | 1987 | 30 | 2,089 | チューブ, 靴型 | N | 8月14日 |
| | J 有限会社 | 2000 | 1996 | 70 | 1,767 | 各種バッテリー用ケース | Y | 8月15日 |
| | K 有限会社 | 1993 | - | 266 | 42,682 | 日用雑貨, ボトル, 電気部品 | Y | 9月9日 |
| | L 有限会社 | 1995 | - | 160 | 5,099 | ショッピングバッグ | N | 9月10日 |
| | M 有限会社 | - | 1983 | 600~700 | 70,000 | 日用雑貨, 電気部品 | Y | 9月12日 |
| (金型メーカー) | N 有限会社 | 1997 | - | 70 | 3,650 | 金型 | Y | 8月11日 |
| | O 有限会社 | 1994 | - | 117 | 26,214 | 金型(工業部品用, 日用雑貨用) | N | 8月12日 |
| | P 有限会社 | 2000 | 1993 | 約40 | 2,400 | 金型(工業部品用) | N | 9月9日 |

(注) 1) Y: 華人企業, N: 非華人企業。

質問票調査あるいはインタビューで、社長または副社長の民族属性が華人であることが明らかとなった企業を華人企業とみなした。

(出所) 企業調査に基づき筆者作成(ただし, M社の資本金のみ, Vietnam Saigon Plastic Association & Vietnam Plastic Directors Club, *Nien Giam Nhua-Cao su Viet Nam-ASEAN 2003-2004*)。

第2節 ベトナムのプラスチック産業の概要

1. 歴史的経緯

ベトナムにおいてプラスチック産業の急速な成長が開始するのは1990年代以降であるが、1960年代に北部と南部に異なった産業の基礎が形成されたことは、以後の発展過程を大きく規定することになった。以下では、ベトナムのプラスチック産業の歴史を三つの時期に分け、南北の違いに重点を置きつつ整理する。

(1) 1960年代から1975年まで——産業の起源

プラスチック産業の基礎が形成されたのがこの時期である。生産規模はまだ小さく、1970年前後の年間生産量は北部で約千トン、南部で2万～4万トンであった(表4)。南部が生産の圧倒的なシェアを占めるという当時の傾向は、現在まで続いている。

北ベトナムでは、社会主義指向工業化の取り組みのもと、1960年ごろからのベトナム・プラスチック総公司(Tong cong ty Nhua Viet Nam: VINAPLAST)のメンバーとなる中央管轄の国有企業が設立された。たとえば、1960年にハイフォンに設立されたプラスチック製玩具を製造する前峰少年プラスチック工場(Nha may Thieu nien Tien phong)⁽⁶⁾などである。しかし、重工業に重点を置く社会主義工業化推進下において、消費財であるプラスチックの企業は数も少なく規模も小さかった。

南部では、フランス植民地時代から華人が商業・金融業において重要な役割を担っていたが、植民地時代の終結とフランス資本家の撤退を経て、1960年ごろからは華人による製造業への参入が進んだ⁽⁷⁾。とりわけ参入が活発であった産業のひとつがプラスチック産業である。1969年時点のサイゴン・チョロン地区には約250の小規模で労働集約的なプラスチック工場、約30の

表4 1960～70年代のプラスチック製品の生産量 (単位：トン)

| | 1960 | 1965 | 1970 | 1971 | 1972 | 1973 |
|----|------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 北部 | 126 | 393 | 1,220 | — | — | — |
| 南部 | — | 7,078 | 38,808 | 25,371 | 28,523 | 20,465 |

(出所) Tong Cuc Thong Ke, Vu Cong Nghiep, *20 Nam Xay Dung va Phat Trien Cong Nghiep Mien Bac Viet Nam: So Lieu Thong Ke 1955-1974*, 1975, p.417.

近代的工場が存在しており、その大半は華人によって所有されていた⁽⁸⁾。華人によるプラスチック産業への投資はおよそ150万ドルにのぼり、当該産業の総投資額の80%程度を占めていたと推定されている⁽⁹⁾。

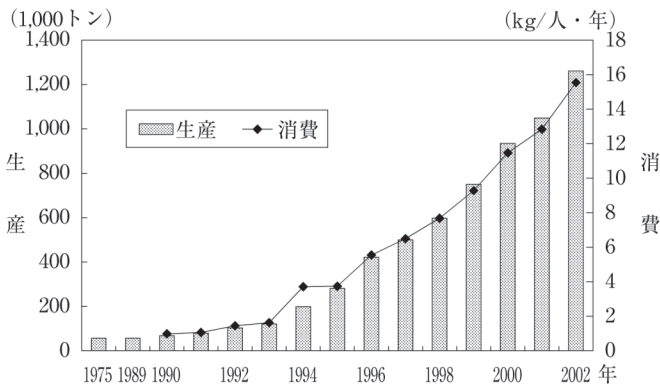
(2) 1975年から1980年代末まで——構造変動と停滞の時期

1975年のサイゴン解放後、南部で推し進められた社会主義的改造によってプラスチック産業は構造変動の時期に突入した。生産面では、計画経済体制が行き詰まり、経済が困窮を極めていくなかで停滞期が続いた。図1はベトナムにおけるプラスチック生産の推移を示しているが、1975年は5万トン、1990年も6万トンと、15年間ほとんど変化していないことがわかる。

南部においては、順調に成長しつつあった民間資本が社会主義的改造によって計り知れない打撃を被った。政府に資産を接収された資本家や商人の多くは華人で、海外に逃亡した者も少なくなかった。多数の大中規模の民間工場が国有化され、国有企業に転換させられた⁽¹⁰⁾。プラスチック産業では最大の華人企業であったUFIプラスチック社が1975年に国有化され、中央管轄の国有企業としてRang Dong社と改名した⁽¹¹⁾。

しかしながら、プラスチック産業において民間資本が完全に途絶えたわけではなく、一部は個人・家族経営事業体などとして存続していたものと推察される。表5からは、1981年時点においてもホーチミン市のプラスチック生産の80%以上を占めていたのは個人・家族経営事業体などを含む小規模手工業 (tieu, thu cong nghiep) セクターであり、国有セクターは同産業の主力とはなりえなかったことがわかる。さらに、商業部門に対する国家の管理が強ま

図1 ベトナムにおけるプラスチックの生産・消費の推移



(出所) ベトナム・プラスチック企業協会。

表5 ホーチミン市におけるプラスチック製品の生産(1981年)

| 生産主体の管轄 | 生産量 (トン) |
|-------------------------------|----------|
| 地方管轄の国有企業・合作社 | 775 |
| 小規模手工業 (tiêu thu công nghiệp) | 3927 |

(出所) Ban Phan Vung Kinh Te, TP HCM, *Vai net co ban ve cong nghiep, tiêu thu công nghiệp Thanh Pho Ho Chi Minh*, 1981, p.62.

るなか、従来商業に従事していた華人が、金属、プラスチック、食品加工などの製造業に転換するケースもみられた⁽¹²⁾。

一方、国有セクターにおいては、1975年以前に北部を中心に形成されていた企業群に南部で国有化された企業が加わり、企業グループ化の動きが開始された。1976年にプラスチック、履物、洗剤、家庭用金属製品、文房具の5部門にわたる36社から構成される雑品企業 (Cong ty Tap pham) が軽工業省の傘下に設立された⁽¹³⁾。1987年には、同社から履物部門と洗剤部門が分離されたうえでプラスチックおよび雑品企業連合 (Lien hiep cac xi nghiep Nhua va Tap pham) と改名され、1996年に成立するVINAPLASTの基礎が形成された。また、ハノイ市工業局傘下のハノイ・プラスチック社 (1972年設立)、ホーチミン市工業局傘下のサイゴン・プラスチック社 (1989年設立) など、地方管轄

の国有企業も設立された。

(3) 1990年代以降——内需の拡大に牽引された発展

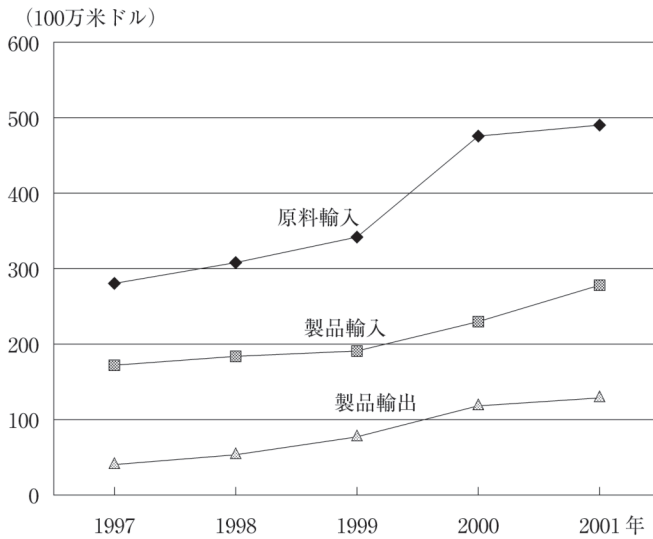
1990年代に入ると、ドイモイ後の急速な経済成長、プラスチック製品に対する需要の拡大を受け、プラスチック産業は成長期に突入した⁽¹⁴⁾。図1から、生産の拡大が消費の拡大にほぼ連動しており、生産・消費とも1995年ごろからとくに急速に伸びてきていることが確認できる。2002年の年間生産量は、120万トン程度に達している。この時期には、生産の拡大に伴って原料の輸入も急速に増加してきている(図2)。また、徐々にではあるが、1990年末からは輸出も開始しており、2003年には1億7300万ドルに達している⁽¹⁵⁾。

需要の多様化に伴い、生産品目も多様化を遂げつつある。1990年代初頭から半ばにかけては日用雑貨の生産が中心であったが⁽¹⁶⁾、その後、建築材や包装材料など製品の多様化が進みつつあり、2002年時点では包装材料、日用雑貨、建築材の順となっている(後掲表6参照)。

この時期、最も急速な成長をみせたのは民間セクターで、1991年から1996年までの間に年間70%以上の成長率を記録した⁽¹⁷⁾。とくに南部においては、民間企業のプラスチック産業への参入が相次いだ。1990年に会社法(Luat cong ty)および私営企業法(Luat Doanh nghiệp tu nhan)が施行され、民間企業の設立・経営に関わる法的枠組みの整備が進み、事業環境が改善されたことが背景にある。第3節で企業調査の結果に即して考察するように、従来は家族・個人事業体などとして小規模な生産を行っていた経営者が企業としての正式登録を行い、生産を拡大するケースも多くみられた。

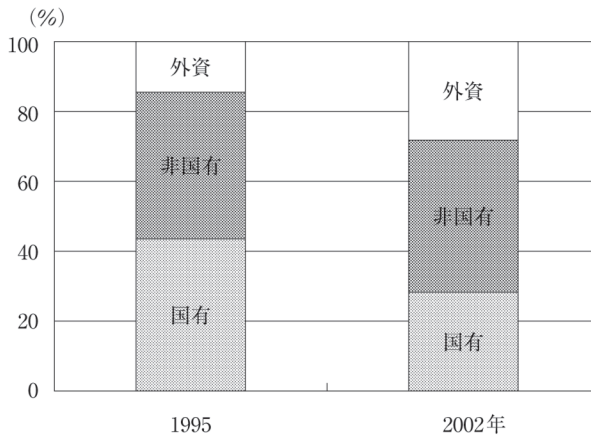
国有セクターでも、需要の拡大を受け、新たな企業の設立、既存企業による生産拡大が行われた。また、1970年代に始まる国有企業のグループ化の動きが引き続き進展をみせ、総公司制度の成立を受けて1996年にVINAPLASTが成立した。1990年代を通じて国有セクターも成長を続けたものの、民間セクターの高い成長率には及ばず、生産に占める国有セクターのシェアは徐々に低下した⁽¹⁸⁾。近年では非国有セクターを下回るようになっている(図3)。

図2 プラスチック原料・製品の輸出入の推移



(出所) Nguyen Hong Phong, "Xuất nhập khẩu của ngành nhựa Việt Nam: Thực trạng và giải pháp," *Kinh tế và du lịch*, No. 3, 2002, pp.23-24.

図3 ゴム・プラスチック生産の所有形態別構成



(出所) General Statistical Office, *Statistical Yearbook*, Hanoi: Statistical Publishing House, 各年版。

また、1990年代半ば以降、急速に拡大するプラスチック需要に対応するため、原料の国内生産を目標とし、外国投資の誘致による川中部門の発展に向けた取り組みが開始された。最初の国産化対象となったのはPVCであったが、プラント操業開始の時期がアジア通貨危機後の需要減退期に重なったことに加え、AFTAの貿易自由化への対応と保護主義の狭間で貿易政策に動揺が生じたため、案件の実施はスムーズには進まなかった⁽¹⁹⁾。2003年までに外資との合弁による2件のPVC生産案件がドンナイ省とバリア＝ブンタウ省で稼働を開始し、生産能力は合計20万トンに達したという段階である。また、PVCの可塑剤として用いられるジオクチルフタレート（DOP）については、1995年に韓国のLG化学が合弁企業LG Vina社設立の認可を受け、ドンナイ省で生産が行われている。

2. 政策の変遷

ベトナム政府は、2004年初頭までプラスチック産業の発展に関する包括的政策を打ち出すことはなく、国内生産の保護を目的とした貿易政策、国有企業改革といった個別政策ツールによってプラスチック産業の発展に影響を及ぼしてきた。以下では、2003年までの貿易政策、国有企業政策の概要をまとめた後、2004年2月に発表された「2010年に向けたプラスチック産業の発展に関する総合計画」の概要を述べる。

(1) 貿易政策

貿易政策は、1990年代後半までは川下の成形部門の保護を目的とし、主に関税によって実施されてきた⁽²⁰⁾。原料に対し低い関税率が、製品に対し高い関税率が設定され、1993年時点の関税率は、原料が0%、製品が5～45%程度である⁽²¹⁾。プラスチック成形品の製造コストにおいて原料コストは大きな割合を占めるため、このような関税率の設定が川下部門の保護に大きな効果を発揮していることが指摘されている⁽²²⁾。

1990年代後半に入ると、プラスチック原料国産化が始動したことにより、保護対象にプラスチック原料が加わり、保護ツールとして関税のみならず非関税障壁が用いられるようになった。まず、LG Vina社によるDOP生産の開始を受けて、1999年からDOPが輸入管理品目に加えられた⁽²³⁾。また、1998年から国内生産が開始されたPVCについては、1998年に3%の関税と5%の輸入課徴金が課せられた⁽²⁴⁾。以後、輸入課徴金のレートは数回の変更を経て⁽²⁵⁾、2003年にPVCを除くすべての品目に対する輸入課徴金が廃止されたにもかかわらずPVCに対する輸入課徴金は5%のまま維持されている⁽²⁶⁾。

2003年、プラスチック製品はASEAN自由貿易協定（AFTA）の共通実効特惠関税（CEPT）スキームの適用品目リスト（Inclusion List）対象品目となった。これにより、CEPTスキームに規定された要件を満たすASEAN諸国からの輸入品に対する関税率は20%となり、2006年までにCEPT関税率は段階的に5%まで引き下げられる予定となっている。

② 国有企業政策

国有企業政策の分野では、1996年に総公司VINAPLASTが設立されたものの、産業の主導的役割を果たすには至らず、生産に占める国有セクターのシェアは縮小し続けた（図3）。そのような状況のもと、近年加速しつつある国有企業改革がプラスチック産業の国有企業に大きな変化をもたらしている。2003年1月、工業省傘下の国有企業改革プログラムにおいて解体対象の3総会社のひとつにVINAPLASTが指定され、VINAPLASTの解体が実施された⁽²⁷⁾。構成企業のうち企業規模の大きい9社は工業省管轄の独立会計企業となり、企業規模の小さい5社は新たな企業グループ、ベトナム・プラスチック社（Cong ty Nhua Viet Nam: VINAPLAST）を設立した⁽²⁸⁾。工業省の計画では独立会計企業となった9社のうち比較的規模の大きい6社については株式化の具体的計画が発表されている⁽²⁹⁾。ホーチミン市でも市傘下の国有企業の株式化が進みつつある⁽³⁰⁾。

(3) 2010年に向けたプラスチック産業の発展に関する総合計画

2004年2月、工業省は、ベトナム政府としてのプラスチック産業の発展の方向性を示した初の包括的文書「2010年に向けたプラスチック産業の発展に関する総合計画」(Quy hoạch tong the phat trien nganh Nhua Viet Nam den nam 2010)を公表した⁽³¹⁾。発展の方向としては、新たな技術や素材を用い、国産原料を最大限に使用し、高品質かつ競争力の高い製品の生産によって国内および海外の需要に応え、国家財政への貢献や地域・国際経済への統合を強化することが掲げられている。家庭用品をはじめとする低級品を中心とした製品構造から、包装材、建築材、工業部品など高付加価値品を中心とした多様な製品構造への転換を図る方針と解釈できる。

重点投資分野としては、(1)原料生産、(2)ハイテク製品および輸出製品の生産、(3)廃棄物処理、の三つがあげられている。このうち、原料生産については、2010年までに、すでにプラントが稼働しているPVCとDOPのほかPP、PE、PS、BOPP(2軸延伸ポリプロピレンフィルム)の国産化計画が掲げられている。後者2分野については、ハイテク製品および輸出製品の生産への投資に関して金型・設備、新たな技術や素材を用いた製品の生産などがあげられているのみで、ほとんど具体的な記述はみられない。

実施主体としては、ベトナム・プラスチック社(新VINAPLAST)が重点分野における投資案件を実施する中心的な役割を担い、とくに原料生産については石油・ガスおよび化学といった関連部門との調整を統括すること⁽³²⁾、ベトナム・プラスチック企業協会が金型・設備、ハイテク製品、廃棄物処理などの案件実施にあたり有力企業を結集させる役割を担うことを定めている。しかし、新VINAPLASTは旧VINAPLAST解体後に構成企業のうち比較的小規模な企業を集めて設立された企業グループにすぎないこと、ベトナム・プラスチック企業協会が国有企業を主体とする形式的な性格が強い企業協会であり、企業間の連携を強め産業全体の発展を促す実質的な活動をほとんど行ってこなかったこと⁽³³⁾などを踏まえると、計画の実効性には懸念が残る。以下

で述べるように、産業の発展を牽引してきたのは、多数の民間企業、および一部の国有企業であった。

3. 産業の現状

以下では、2002年の統計総局のデータに依拠しつつ、プラスチック産業の構造を把握しよう。

表6で主要市・省のサブセクター別の売上構成をみると、包装材、日用雑貨、建築材を中心に製品の多様化が進んでいることがわかる。ただし、電気製品や輸送機械用の工業部品の生産はまだ限られているうえ、この分野では外資による生産も多い⁽³⁴⁾。地場企業の技術面での高度化はあまり進展していないことがわかる。

生産の地域別構成では、依然としてホーチミン市を中心とする南部に集中する傾向が強い。2002年のデータによれば、全国のプラスチックメーカーの売上総額に占める南東部の企業のシェアは80%にのぼり、ホーチミン市単独でも55%に達する⁽³⁵⁾。

さらに、次節以降の議論の中心となるホーチミン市のプラスチック産業の特徴を明らかにしていこう。表7で主要各市・省のプラスチック産業の企業所有形態別構成をみると、ホーチミン市では民間企業が圧倒的に多いことがわかる。企業数のみならず、売上高に占めるシェアをみてもホーチミン市では国内民間セクターが70%を占めている⁽³⁶⁾。なお、華人企業については公式のデータはないが、サイゴン・プラスチック企業協会ではホーチミン市のプラスチックメーカーの65%程度を占めると推定している⁽³⁷⁾。

表8では、従業員30人未満の企業を小企業、200人未満の企業を中企業、200人以上の企業を大企業として企業規模の分布を示した⁽³⁸⁾。依然として中小企業が圧倒的に多いものの、大企業が全企業数の11%に達していることに着目したい。しかも、ホーチミン市の大企業27社のうち14社は地場民間企業である。筆者の入手した統計総局のデータには、ベトナムで企業規模の分類

表6 主要各市・省におけるプラスチック製品売上高の構成（2002年）

（単位：10億ドン）

| | ハノイ市 | ハイフォン市 | ホーチミン市 | ビンズオン省 | ドンナイ省 | ダナン市 | 全国 |
|---------|------|--------|--------|--------|-------|------|-------|
| 袋・包装材 | 237 | 19 | 1,473 | 397 | 74 | 8 | 2,307 |
| 日用雑貨 | 275 | 7 | 1,221 | 98 | 169 | 56 | 1,884 |
| 建築材 | 52 | 277 | 661 | 4 | 29 | 17 | 1,197 |
| 輸送機械用部品 | 42 | 0 | 131 | 29 | 1 | 0 | 205 |
| 電気産業用部品 | 30 | 0 | 44 | 0 | 335 | 0 | 408 |
| その他 | 134 | 97 | 1,242 | 140 | 925 | 23 | 2,652 |
| 合計 | 769 | 400 | 4,772 | 668 | 1,533 | 104 | 8,653 |

（注）算出に用いた産業分類（ベトナム標準産業分類：VSI）は以下のとおり。

袋・包装材：ポリ袋（252110）

日用雑貨：日用雑貨（252140）

建築材：パイプ・扉等（252150）、屋根（252180）

輸送機械用部品：輸送機械用部品（252160）

電気産業用部品：電気産業用部品（252190）

その他：ヘルメット（252120）、個人用品（252130）、カヌー・小舟（252170）、ポリスチレン製品（252200）、発泡プラスチック製品（252300）、その他（252900）

（出所）ベトナム統計総局のデータに基づき筆者算出。

表7 主要各市・省のプラスチックメーカーの所有形態別構成

（単位：社）

| | ホーチミン市 | 全国 |
|-------------------|--------|-----|
| 国有（中央） | 3 | 11 |
| 国有（地方） | 5 | 11 |
| 合作社 | 1 | 40 |
| 私営企業 | 45 | 94 |
| 有限会社 | 150 | 246 |
| 株式会社（国家の出資あり） | 3 | 6 |
| 株式会社（国家の出資なし） | 2 | 11 |
| 100%外資 | 26 | 63 |
| 外資との合弁（国有企業の参加あり） | 3 | 10 |
| 外資との合弁（国有企業の参加なし） | 3 | 11 |
| 合計 | 241 | 503 |

（出所）統計総局のデータに基づき筆者算出。

のために従業員数とともに使用される指標である登録資本金額は含まれていないが、代替指標として年間売上高に着目すれば、ホーチミン市では年間売

表8 ホーチミン市および全国のプラスチックメーカーの規模別構成

(単位：社)

| 従業員数 | ホーチミン市 | 全国 |
|---------|--------|-----|
| 情報なし | 36 | 49 |
| 1～29人 | 78 | 200 |
| 30～199人 | 100 | 206 |
| 200人以上 | 27 | 48 |
| 合計 | 241 | 503 |

(出所) 統計総局のデータに基づき筆者算出。

上高が50億ドン以上の企業が50%, 100億ドン以上の企業が33%に達する。中小企業を中心としながらも、民間企業を含め大企業に発展した企業が出現してきている、これがホーチミン市のプラスチック産業の現状である。

第3節 発展初期における企業参入と市場・関連産業の形成

前節で考察したように、プラスチック産業の基盤は1960年代から形成されていたものの、市場経済下での発展が本格的に開始したのは1990年代に入ってからである。本節では、日用雑貨をはじめとする低級品の生産拡大が実現した1990年代初頭から1990年代後半を産業発展の初期段階と捉え、この時期にホーチミン市において民間企業による活発な参入と生産拡大が行われた過程と、その背景となった市場・流通と関連産業の発展状況を考察する。

1. 民間企業の起業と発展の経緯

まず、調査対象企業の起業の経緯をみていこう。表3からは、1980年代から1990年代前半にかけて創業した企業が最も多く、1990年代末から2000年ごろにかけて新たな企業の参入がみられることがわかる。いずれの時期も、個人や家族経営の事業体として開始し、後に企業への転換を遂げている企業が

多くみられる。

ドイモイ後の経済成長に伴い消費財・中間財としてのプラスチック製品に対する需要が生まれ、それらが取引される市場が形成されたことが、多くの企業にとって起業の契機となっている。1980年代から1990年代初頭にかけて操業を開始した企業には、当初、日用雑貨を生産していたものが多い（F社、H社、I社、K社、M社）。日用雑貨以外では、プラスチック製包装材や部品の必要性に直面したメーカーなどから直接、特定製品の供給依頼を受けたというケースもある。唯一の顧客のためにバッテリーケースを製造し続けているA社、友人の企業から化粧品の包装材の供給依頼を受けたことが創業のきっかけとなったB社がこれに該当する。

続いて、市場の拡大と企業の参入が一定の進展をみせた1990年代末から2000年ごろにかけて、企業設立の第二の波が訪れた。1999年企業法により民間企業設立の手続きが大幅に簡素化されたことが起業を促した一因と考えられる。産業の発展段階を反映し、この時期に設立された企業には新たな起業のパターンが観察される。

ひとつのパターンは、既存企業の再編による新企業の設立である。多角化経営を行っていた既存企業からプラスチック部門が分離され、独立企業となったケース（C社）、既存企業から経営陣の一部が分離し、新たな企業を設立したケース（G社）といった事例がみられる。G社の場合、既存企業Q社は化粧品チューブの専門メーカーであった。分離後は、G社、Q社ともチューブの生産を継続しているものの、G社では新たな顧客を開拓しつつある⁽³⁹⁾。

もうひとつのパターンは、外資系企業への中間財供給など、新たな顧客と需要に対応した事業である。在越外資系企業で製造、管理、財務分野の経験をもつベトナム人数名が集まり、外資系企業向けの工業部品の生産・供給を目的として設立されたE社がこれに該当する。

以上のように、起業の経緯には、その時々のプラスチック製品への需要に対応したさまざまなパターンがあることがわかったが、需要拡大を受けて、多数の民間企業が参入・生産拡大を実現できたのはなぜなのか。ここでは、

二つの要素を指摘したい。第1に、ホーチミン市がプラスチック産業の歴史をもち、社会主義的改造の時代にも多数の家族・個人経営事業体が存続してきたことで形成された産業に関する知識と経験の蓄積である。調査対象企業には、起業前に経営者本人あるいはその家族がプラスチック産業に携わった経験をもつケースが目立つ。たとえば、F社の社長は、起業前に市内の小規模なプラスチック成形工場で働いており、起業時にはすでに10年以上の経験があったという。K社の場合は、社長の祖父母がプラスチック成形の経験を有していた。1990年に家族経営事業体として操業を開始し、社長本人が1993年に企業を設立した。このような個人・家族レベルでの産業に関する知識と経験の蓄積は、起業の決断に対するハードルを低くし、事業の立ち上げを容易にしたことが推察される。

第2に、原料や製品が取引される市場や関連産業の発展により、資本面での制約に直面している民間企業にも参入可能な環境が徐々に整っていった点である。まず、操業に必要な射出成形機と金型への投資であるが、ホーチミン市では中古射出成形機を扱う業者が多数出現し⁽⁴⁰⁾、後述のように金型の調達も次第に容易になった。日用雑貨の成形には高い技術は必要とされず、生産に要する期間も短い。原料と製品の取引される市場の発展は、市場で原料を調達後ただちに生産を開始でき、製品を市場で売却することによって利潤を獲得できる条件が整ったことを意味した。

さらに、初期に参入した企業が順調な成長を遂げたことがいっそうの企業参入を促し、継続的な企業の参入と生産拡大をもたらしたと考えられる。

2. 市場と流通システムの形成

以下では、プラスチック産業の発展と同時に進行し、企業の活発な参入と生産拡大の背景でもあった原料市場と製品市場の形成・発展の状況について、調査対象企業の原料調達状況、製品販売状況を手がかりとしつつ考察していくこととしよう。なお、本項および次項の金型調達に関しては、比較の観点

から、国有企業・民間企業両方の調査結果を分析対象に含めることとする。

(1) 原料市場

プラスチック成形メーカーの生産コストにおいて、原料である樹脂はきわめて大きな割合を占める。樹脂の輸入が関税や非関税障壁による制限を受けなかったため、メーカーにとって競争的な価格での樹脂調達が可能であったことが、国産プラスチック製品の競争力に貢献したと指摘されている⁽⁴¹⁾。ベトナム国内にどのような樹脂市場が形成されたのか、企業調査の結果から探っていこう。

表9は、調査対象企業の最も一般的な原料調達方法を示したものである。国産樹脂を調達している企業は、国有・民間ともに1社のみである。国産されている樹脂はPVCのみであり、PVCに限っても生産能力は限られているためとみられる。

ゆえに大半の企業は輸入樹脂を調達しているが、輸入樹脂の調達には二つの方法がある。ひとつは自社による直接輸入で、海外の商社を通じて行われることが多い。プラスチック成形メーカーにとっては、必要な種類・グレードの樹脂の安定的な供給を受けるための最も確実な方法であるが、一定量以上での取引が前提となるため、大量の樹脂を消費し、信用状(L/C)開設に足る信用力のある企業のみ可能な方法である。調査対象の国有企業6社のうち4社、民間企業11社のうち4社がこの方法で樹脂を調達している。民間企業4社には、資本金50億ドン以上の大企業が3社含まれる⁽⁴²⁾。直接輸入は、国有企業および大規模な民間企業の間で一般的に採用されている方法といえよう。

輸入樹脂調達のもうひとつの方法は、国内業者からの購入である。調査対象の民間企業の半数以上、主に中小企業がこの方法で樹脂を調達している。地場企業および日系商社でのインタビュー結果を総合すると、国内業者を通じた樹脂の流通経路は以下のようなものとみられる。ベトナムには、自社の生産活動に樹脂を使用するか否かにかかわらず、国際相場の変動をに

表9 原料調達方法

(単位：社)

| | 国産品を購入 | 輸入品を国内業者から購入 | 直接輸入 | 合計 |
|----|--------|--------------|------|----|
| 国有 | 1 | 1 | 4 | 6 |
| 民間 | 1 | 6 | 4 | 11 |

(注) 民間企業のうち2社は無回答。

(出所) 企業調査に基づき筆者作成。

らみながら、相場下落時を狙って大量の樹脂を輸入する業者が多数存在する⁽⁴³⁾。大半は資金力や金融機関へのアクセスの面で恵まれている国有企業である。これらは自社の生産活動に使用しない余剰を国内の需給バランスをにらみながら市場に放出する。こうして市場に放出された樹脂が直接、あるいは小売店を通じて成形メーカーに販売される。ホーチミン市では、多数のプラスチック成形メーカーが集中する5区、11区などに多数の樹脂小売店が存在し、粒状・ペレット状の袋詰め樹脂が販売されている。国際価格の変動をにらんで輸入されるため、あらゆる種類・グレードの樹脂が安定供給されるわけではなく、生産国・メーカーも一定ではないが、必要量を安価かつ手軽に調達できる。このような状況に対応し、中小メーカーでは、異なる生産国・メーカー製の異なるグレードの樹脂を用いつつもいかに安定した品質の製品を成形するかというノウハウが形成されつつあるのだという⁽⁴⁴⁾。

大口輸入業者、市内の小売店を通じた樹脂流通ルートの形成は、信用力・資金力に劣る民間中小企業に手軽な樹脂調達手段を提供した。急激な市場変動さえ生じなければ、煩雑な手続きなしに、必要な種類の樹脂を必要量調達することが可能になったのである⁽⁴⁵⁾。

(2) 製品市場

プラスチック製品の取引形態は、次第に変化を遂げてきた。1980年代末から1990年代初頭に参入した民間企業の大半は、日用雑貨の市場(cho)での販売から事業を開始し、徐々にその一部がメーカーへの包装材や工業部品の直接販売に転換していったと推察される。企業調査の時点(2003年)では、メー

カーへの販売を中心に行っている企業が多く（国有企業3社中すべて、民間企業10社中6社）、卸売・小売業者や消費者への販売を中心に行っている企業は民間企業に一部みられるのみであった（表10）。すでにメーカーへの直接販売への転換を遂げている民間企業が多く含まれるサンプルであることがわかる。ここでは、各社の事業経緯に関する調査結果などに基づき、多くの企業の出発点となった日用雑貨の市場を中心に取り上げることとする。

ホーチミン市においてプラスチック製日用雑貨の取引の場となっているのは、チョロン地区のチョロン、ビンタイ市場、アンドン市場に立地する小売業者である⁽⁴⁶⁾。これらの多くは卸売業も兼ねており市内や国内各地の卸売・小売業者が製品の買い付けに訪れる⁽⁴⁷⁾。また、メコンデルタなどの卸売業者がホーチミン市のメーカーに直接買い付けに来るケースもある⁽⁴⁸⁾。こうして、全国のプラスチック製品売上の55%を担うホーチミン市から卸売業者を通じて北部、中部、メコンデルタへとプラスチック製品が流通するルートが機能している。

これら卸売業者・小売業者との取引は、売り手も買い手も多数存在する市場で行われる。いずれの業者も多種類の日用雑貨を扱い、多数のメーカーから製品を仕入れるため、メーカーは常に競争に晒されつつ業者に製品を販売することとなる⁽⁴⁹⁾。取引される製品はどの業者にも販売できる製品であり、多くの代替業者が存在する。

産業発展の過程において、市場の様相は徐々に変化を遂げていった。1987年に日用雑貨の生産を開始したI社は、創業当初はメーカーの数も少なく、競争も少なかったことを指摘した。しかし、相次ぐ企業参入と生産拡大は、市場での競争を熾烈なものに変化させていった。C社は、日用雑貨市場では、各社とも既存の商品をいかに改善するかに知恵を絞っていること、少しでも問題のある製品はすぐに淘汰されることを指摘した。各社は市場での取引を通じて各種製品の実勢価格、売れ筋のデザインや色といった情報を収集し、利益が出そうな製品を作る。

初期のプラスチック成形部門の発展にとって、プラスチック製日用雑貨の

表10 製品販売先（総売上の50%超を占める販売先）（単位：社）

| | 国有 | 民間 |
|----------------|----|----|
| メーカー（国有・民間・外資） | 3 | 6 |
| 卸売・小売業者、消費者 | — | 3 |
| 輸出 | — | 1 |
| 合計 | 3 | 10 |

（注）国有企業3社，民間企業3社は無回答。

（出所）企業調査に基づき筆者作成。

市場と流通ルートが形成されたことが大きな意義をもったことは確かであろう。メーカーは卸売・小売業者に製品を持ち込むことにより容易に販売でき、新規参入企業でも短期のうちに利潤をあげることができた。しかし、継続的な新規参入がもたらした市場の変化は、メーカーに新たな対応を迫ることとなった。この点については、第4節で論じることとする。

3. 関連産業の発展——金型産業

原料・製品市場のほか、プラスチック成形業の発展に不可欠な要素のひとつに金型産業がある。以下では、ホーチミン市における金型産業の発展状況を概観した後、企業調査の結果に基づきホーチミン市のプラスチック成形メーカーによる金型調達状況を探っていくこととしよう。

(1) ホーチミン市における金型産業の状況

近代的な機械産業を欠くベトナムにおいて、金型産業は大きく立ち遅れた状況にある。サイゴン・プラスチック企業協会も、金型製造はプラスチック関連産業のなかで最も発展が遅れている部門と指摘しており、ホーチミン市には専業・兼業含め約30の金型製造工場が存在するのみであるという⁽⁵⁰⁾。実際、同協会の年鑑には31の金型を製造する地場企業が掲載されており、うち国有企業は2社、有限会社・私営企業を含めた民間企業は10社、残り19社は

企業形態をとっていない小規模な事業者である⁽⁵¹⁾。

地場金型メーカーには2種類ある。第1に、兼業メーカー、すなわち国有企業および一部の大規模な民間プラスチック成形メーカーが金型部門を内部化したケースである。自社のプラスチック成形部門における必要性から金型生産を始めたところがほとんどであるが、金型の外販を開始しているものもある⁽⁵²⁾。第2に、民間の金型専門メーカーであるが、家族事業あるいはそれに準じたレベルで単純な金型を製造しているものから、外資系企業向けに工業部品の金型を製造するものまで実態はさまざまである⁽⁵³⁾。工業部品用金型を製造できるメーカーはまだ少ない。

(2) プラスチック成形メーカーによる金型調達状況

表11は、調査対象企業の金型調達手段をまとめたものである。プラスチック成形メーカーによる内製、国内金型メーカーからの調達、海外からの輸入が主要な手段となっていることがわかる。

金型内製は、設備・機械の導入、技術者の採用・育成など、多額かつ長期的な投資が必要であるため、豊富な資金をもち多くの金型を必要とする企業にのみ可能な手段である。この方法を採用している企業は、国有では4社中3社と多いのに対し、民間では11社中3社のみと少ない。国有企業については、一貫生産体制の伝統と生産規模の大きさに加え、国有銀行融資など資金調達面での有利さや余剰人員活用の必要性が金型内製につながっていると考えられる。民間企業の場合、金型を内製している3社のうち2社は従業員600名以上というとりわけ大規模な企業であることから、これらはむしろ例外的な事例であると考えられる。

民間中小企業の間では、国内金型メーカーからの調達が最も一般的である(11社中5社)。比較的単純な金型は国内メーカーにも製造可能であること、問題が生じた場合の修理、調整といった対応が容易なことがその背景である。

民間企業のなかには、海外から金型を輸入している企業もある(11社中3社)。主な輸入元は韓国、台湾、香港である。国産金型よりも精度が高いうえ、

表11 金型調達状況

(1) 金型調達方法

(単位：社)

| | 内製 | 国内金型メーカーから調達 | 輸入 | 合計 |
|-----|----|--------------|----|----|
| 国 有 | 3 | 1 | - | 4 |
| 民 間 | 3 | 5 | 3 | 11 |

(注) 1) 複数選択の場合は、最もシェアの高い調達方法を選択。

2) 調査対象企業のうち、2社は無回答、2社は金型を使用せず。

(2) 金型調達先の所有形態 (国内調達を行っている企業のみ対象)

(単位：社)

| 調査企業の所有形態 | 調達先の所有形態 | | | | |
|-----------|----------|------|-------|----|----|
| | 国有 | 民間企業 | 個人・家族 | 外資 | 合計 |
| 国 有 | - | - | - | 1 | 1 |
| 民 間 | - | 3 | 2 | - | 5 |

(出所) 企業調査の結果に基づき筆者作成。

品質に比して価格が低いというメリットがある一方で、金型製造元との連絡や交渉に時間がかかり、納品後の不具合への対応やアフターサービスを受けにくいというデメリットがある。華人企業のH社は香港から金型を輸入しているが、香港在住の親戚に金型メーカーとの連絡を依頼し、問題が生じた場合は代わって対応してもらっている。

まだ企業数は少ないもののプラスチック成形に欠かせない金型を製造・販売する民間企業・事業体が出現してきたこと、華人ネットワークによりアジア各国からの金型の輸入が比較的容易であったことが、成形部門への民間中小企業の参入を促進したひとつの要素であったといえよう。

第4節 新たな発展段階における市場と企業

1990年代末以降、プラスチック産業は、低級品生産の量的拡大という発展の初期段階から、製品の多様化・高度化という新たな発展段階へ突入した。この転換をもたらしたのは、市場の変化と需要の多様化であった。本節では、

新たな環境のもとで企業がどのような対応を模索しているのか、それが産業発展にどのような意義をもつのかを探っていくこととする。

1. 市場の変化

1990年代末以降、プラスチック製品市場には主に二つの変化が生じている。ひとつは日用雑貨市場における競争環境の変化、もうひとつは需要の多様化である。

多くの企業の出発点となった日用雑貨の市場においては、相次ぐ新規参入により競争の激化、供給過剰、価格下落が深刻な問題となった。企業調査からは、目まぐるしく変化する消費者の嗜好を市場で情報収集し、売れ筋のデザイン・色、機能を備えた商品を生産しようと試みるものの、価格下落のために利益が出ないと嘆く企業の実態が明らかになった。日用雑貨の差別化には限度があるため価格競争に陥りやすく、ホーチミン市の各市場(cho)においては供給過剰による価格下落が深刻となっている⁽⁵⁴⁾。

日用雑貨市場におけるもうひとつの新たな展開は、大企業が効率的な生産体制と独自の流通網の構築を通して市場における優位を確立しつつあることである。調査対象民間企業のなかでは、B社とM社がその典型例である⁽⁵⁵⁾。いずれも、民間企業のなかでは資本金額・従業員数の両面において突出した大企業である。これら2社は、1990年代半ばから後半にかけて大規模な設備投資を行い、成形部門の生産規模を拡大するとともに金型製造能力も整えた。新たな機械を用いた大量生産体制は規模の経済性の実現を可能にし、そこで生産される日用雑貨は品質・コストの両面で競争力を備えている。さらに、商標の確立、流通網の構築も進んでいる。とくにこの分野におけるM社の展開は活発で、ダナン市に支店をもつほか、メコンデルタに正式代理店網を構築し、スーパーマーケット30店舗以上に製品を納入している。B社は、まだ卸売業者への販売が中心であるが、スーパーマーケットへの販売を開始した。

日用雑貨部門の飽和化が進む一方で、新たな需要と市場も生まれてきた。なかでも最も大きな発展の可能性をもつ分野が、ベトナムの工業化に伴い需要拡大が見込まれる産業用包装材、工業部品である。プラスチック製の包装材が用いられる産業は食品・飲料、化学など多岐にわたり、プラスチック製部品を必要とする産業も電気・オフィス機器、輸送機械など幅広い。この分野における需要には、近年生産を伸ばしてきている国有・民間企業のほか、1990年代初頭から増えつつある外国投資企業によるものも含まれている。とくに、ホーチミン市を含む南東部はベトナムで外国投資が最も多く流入した地域であり、プラスチック製部品を必要とする家電や二輪車などの機械メーカー、プラスチック製包装材を必要とする消費財メーカーも多数立地している⁽⁵⁶⁾。機械産業など一部の産業で実施されてきた国産化政策⁽⁵⁷⁾、国際競争の激化に伴うコスト削減の必要性などから、多くの外資系メーカーにとって部品や包装材の現地調達喫緊の課題として捉えられている⁽⁵⁸⁾。

2. 企業の対応

新たな状況にホーチミン市のプラスチック成形メーカーはどのように対応しているのだろうか。企業調査からは、多くの企業が市場の変化を深刻に捉え、すでに何らかの対応策をとっていることが明らかになった。以下では、主な対応策として浮かび上がってきた(1)国内市場向け製品の多様化、(2)外資系企業との取引、(3)輸出、の三つを取り上げ、企業の対応状況と、新たな展開が産業発展に対してもつ意義を考察する。

(1) 国内市場向け製品の多様化

競争の激しい日用雑貨に依存した製品構造から脱却し、国内市場向け製品の多様化を試みる企業にとっては、需要の安定的な拡大が見込める製品を見いだせるかどうか、販売先と安定した関係を築けるかが鍵となる。ベトナム経済の低発達性に鑑みれば、これは必ずしも容易ではない。需要変動

が激しい商品も多く、強力な競合企業が出現し競争力を失うリスクもある。安定した注文が得られなければ金型への投資が回収できない結果となってしまう。

政策転換に伴う需要変動に翻弄されたのが、日用雑貨から二輪車部品への転換を試みたC社のケースである。同社は、ベトナムにおける二輪車需要が急激に拡大していた2000年、自ら中国から金型を輸入して二輪車用プラスチック部品を製造し、メーカーへの営業を開始した。地場二輪車組立メーカー2社との間に部品売買の原則契約(hop dong nguyen tac)⁽⁵⁹⁾を交わし、需要が生じるごとにメーカーから送付される注文書に応じて部品を納入していた。しかし、2002年から政府が二輪車の国内生産を実質的に制限する措置を相次いで導入したことから注文は激減し⁽⁶⁰⁾、同社は日用雑貨中心の製品構成に逆戻りしてしまった。

同業他社との競争も深刻である。H社は、家庭用雑貨に依存した製品構造の転換を図るべく家庭用電気スイッチの製造を開始し、小売業者への販売を開始した。しかし、電気スイッチ市場において大きなシェアをもつ合弁企業Clipsal社との競争に苦慮している。

比較的的成功しているケースが多いのは、食品・飲料、化粧品といった消費財メーカー向けに包装材などを直接供給しはじめた企業である。日用雑貨に比べると要求される技術水準は高いが、国有企業など大企業からは安定した需要が見込め、取引先企業の指定に沿って製造される製品であるため、長期的な取引となる傾向が強い。なかには、更なる品質の向上を実現し、外資系企業への供給も開始している企業もある。

国内市場向け生産においては、高品質な製品に対する需要がまだ限られているため、メーカー側に品質向上を促す効果は薄いといえるかもしれない。さらに、市場経済およびそれを支える制度の未発達性に起因する諸問題、たとえば需要変動の激しさなどが、新たな設備に投資し長期的な生産体制を構築することのリスクを大きくしている側面もあろう。国内市場向け製品の多様化を図っている企業のなかには、プラスチックとは無関連の分野へ多角化

を行っているものも多かったが⁽⁶¹⁾、それはリスクへの対応という側面もあると考えられる。

しかし、ベトナムの国内市場は、後述のような外資系企業との取引や輸出に取り組み始める企業を生み出す土壌ともなっている。

(2) 外資系企業との取引

ベトナム国内の外資系企業が地場プラスチックメーカーから調達している主要製品は、産業用包装材や工業部品である。これらの製品は、日用雑貨に比べると高い精度が必要であり、とくに外資系企業との取引においてはサプライヤーに要求される品質・納期条件が厳しい。契約を獲得するのは容易ではない反面、サプライヤーとして認められれば安定的な受注が望め、製品の付加価値も高い。

プラスチック製ボトルやチューブなどの包装材は、外資系化粧品・洗剤メーカー、潤滑油メーカーなどによる需要が拡大しており、かつ製品に要求される技術的精度はそれほど高くないことから、ホーチミン市では多くの企業が生産を始めている。調査対象企業のなかでも、外資系企業向けに包装材の供給を開始している企業は5社にのぼった（B社、F社、G社、I社、K社）。このうち3社（B社、I社、K社）は、日用雑貨の生産から国内メーカー向けの包装材の生産へ、さらに外資向けの生産へと段階的な発展を遂げてきた企業である。

包装材部門においては、潜在的サプライヤーの数が比較的多いため、外資系メーカーにはサプライヤーを相互に競争させることによってコスト削減、品質向上を促すものが多く、この分野に参入したサプライヤーは常に厳しい競争に晒されている。F社は潤滑油用のボトルを米系石油大手企業に供給しているが、毎年入札に参加しなければならず、落札してはじめて1年間の販売契約を獲得することができるという。化粧品のチューブを製造するG社は、欧州系トイレットメーカーR社と3年間の原則契約を結んでいるが、R社は多くのサプライヤーを相互に競争させている。N社と同じ製品を製造するサ

プライヤーが他に2, 3社存在し、取引先の要求する品質、納期、コストを満たせない場合は直ちに発注を他社に切り替えられてしまうと指摘した。

外資系メーカーのなかには、複数発注と並行して技術指導や研修を実施し、サプライヤー側の能力向上を促すものもある。G社の場合、R社による生産管理、品質管理に関するさまざまな研修プログラムを受講しているという。R社で各サプライヤーを集めて行われることもあれば、R社の担当者がG社に赴いて指導にあたることもある。

一方、家電や輸送機械を中心とした工業部品は、国産化政策が実施されてきたことから現地調達への需要は大きいものの、外資系メーカーによって要求される精度は包装材などと比べて格段に高いことから、地場メーカーの参入は進んでいない。調査対象企業のなかで外資系企業向けに工業部品を供給していたのは2社のみである。M社は、調査対象企業のなかでも突出した大企業のひとつで、上述のとおり日用雑貨部門においても優位に立っているが、金型製造能力と製品価格の低さが評価され、日系家電メーカーに家電用部品の供給を開始している。E社は、外資系企業での勤務経験をもつ技術者を含む数名が集まって設立された企業で、M社の取引先を含む複数の日系家電メーカー向けに家電部品を供給している。

潜在的サプライヤーの数が限られている工業部品部門において、外資系メーカーが複数のサプライヤーを競わせることは難しい。外資系メーカー側の戦略による差もあるが、外資系メーカー、地場企業の調査結果を総合すれば、外資系メーカーはまず重要度の低い部品を発注し、潜在力があると判断したサプライヤーを指導育成していくケースが多いようである。ただし、取引開始後でも、見込みがないと判断されたサプライヤーは取引を打ち切られてしまう。

外資系メーカーとの取引は、一部の資本・技術に比較的恵まれた企業へのみ参入できる分野であり、取引先の要求を満たせず取引を打ち切られる企業も数多い。しかし、上述の国内市場向け生産と比べ、潜在能力をもつ企業の技術的向上を促す効果が格段に大きいと考えられる。

(3) 輸出

精密部品など一部の例外を除けば、プラスチック製品はその価値に比して容積が大きいものが多く、輸送コストの問題から競争的な価格で輸出を行うのは難しいとされる。しかし、近年では、国内の日用雑貨市場の飽和化を受けて輸出に取り組む企業が増加し、輸出額も急速な増加をみせている。

表12は、2001年のプラスチック製品輸出の地域別構成を示したものである。日本、台湾向けの輸出には、ベトナムに成形工場をもつ外資系企業によるものが多く含まれていると推測されることに注意する必要があるが、東アジア、ヨーロッパ、オセアニアのほか、東南アジア、中東欧・CIS・中央アジア、中東など幅広い地域に向けて輸出が行われていることがわかる。

地場企業による先進国向け輸出の形態としては、先進国企業の委託による包装材などの生産・輸出がある。日本市場向けの委託生産は、為替変動などの要因によりインドネシアなどASEAN-6からのシフトが始まっており、シフト先にベトナムが含まれているという⁽⁶²⁾。発注元企業からは印刷の発色、鮮明さなど厳しい品質管理基準が課されるが、一部の国有企業や民間企業がこれをクリアし、契約を獲得している。たとえば、西ヨーロッパに20年以上滞在し、化学メーカーでの勤務経験のある越僑経営者によって設立されたL社は、イギリスやドイツのスーパーマーケット向けにショッピングバッグの輸出を行っている。G社は、国内外資系企業や国有企業との取引が主体であるが、日本のドラッグストアの委託による化粧品用のチューブの生産・輸出も行っている。

先進国企業の委託による生産・輸出以外では、幅広い地域に向けて日用雑貨、建築材、包装材などの輸出が拡大している。先進国の低級品市場のほか、価格・品質のバランスからベトナム製品が受容されやすい発展途上地域の市場開拓に向けた動きが盛んである。近隣地域では、カンボジアやラオス向けの輸出が増加している。国境付近の市場ではベトナム製品が大きなシェアを占めているものの、タイ製品や中国製品との競争が強まっている⁽⁶³⁾。また、

表12 プラスチック製品輸出の国別構成 (2001年)
(単位: 100万米ドル)

| 輸出先 | 輸出額 |
|-----------------|------|
| 東アジア | 49.0 |
| うち日本 | 28.0 |
| 台湾 | 16.4 |
| 西欧 | 26.9 |
| ASEAN-6 | 12.5 |
| オセアニア | 8.4 |
| 中東欧・ロシアおよびNIS | 6.5 |
| 中東 | 5.1 |
| カンボジア・ラオス・ミャンマー | 4.1 |
| 北米 | 2.1 |
| アフリカ | 1.9 |
| 中米・南米 | 1.1 |
| 南アジア | 0.3 |

(出所) General Statistical Office, *International Merchandise Trade Vietnam 2001*, Hanoi: Statistical Publishing House, 2003.

ロシア・中東欧, アフリカなど遠隔地市場の開拓も進みつつあり, 現地での製品流通には各国のベトナム人商人が重要な役割を果たしていることが指摘されている⁽⁶⁴⁾。

なお, このような輸出市場開拓の取り組みの多くには, ホーチミン市人民委員会の管轄下にある地方レベルの企業協会 (hiep hoi), サイゴン・プラスチック企業協会 (VSPA)⁽⁶⁵⁾ が関わっている。VSPA会長は, 国家主席の海外公式訪問に同行し, ウクライナへの輸出と技術協力契約, ラオスでのプラスチック成形工場およびベトナム製品の展示センター建設案件への合意などを取り付けた⁽⁶⁶⁾。VSPAとして獲得した輸出契約はメンバー企業の間で分配される。ラオスへの投資案件は, ホーチミン市工業局傘下の国有企業サイゴン・プラスチック社が指名を受けて実施にあたっている⁽⁶⁷⁾。

おわりに

本章では、1990年代以降のベトナムのプラスチック産業の発展は、国内需要の拡大を原動力とする、原料・製品の市場と流通ルートの形成に支えられた、企業の継続的な参入と生産拡大によって実現したダイナミックな過程であったことを明らかにした。産業の主要な担い手となったのは、南部、とりわけホーチミン市に集積した民間企業であった。ドイモイ後の経済成長に伴いプラスチック製品の需要が拡大すると、伝統的な産業基盤の存在していたホーチミン市では歴史のある企業の復興、新たな企業の参入が始まり、成形部門の成長が軌道に乗った。これと並行して、原料が取引される市場や製品の流通ルートが形成され、金型を製造・販売する企業・事業者が出現した。プラスチック産業への参入が容易な環境が整っていったことに加え、先発企業の成功がさらなる企業の参入を促した。

プラスチック産業が、低級品生産の量的拡大期を経て製品の多様化・高度化の段階まで、内需主導によって発展を遂げることができた理由は、次のように整理されよう。まず、需要面では、プラスチックという財が多く応用分野をもつことから、プラスチック製品に対する需要が継続的な拡大と多様化を遂げてきたことがあげられる。産業発展の初期においては、参入障壁の低い日用雑貨の需要拡大が多数の民間中小企業の参入を促した。1990年代半ばごろからは、ベトナムの経済成長と工業化の進展を反映し、建築材、産業用包装材、工業部品などへと需要の多様化と高度化が進んだ。さらに、外資の流入が高品質の産業用中間財に対する需要を生んだ。

競争の性格については、発展段階に応じて様相を変えつつも、市場における競争が企業を律してきたことが指摘できる。産業発展の初期段階においては、新規企業の継続的な参入が日用雑貨市場における競争を強め、企業のコスト削減、および限定的とはいえ品質向上の努力を促した。1990年代末には、効率的な生産体制と独自の流通網の構築を行い、品質・価格の両面で競争力

を備えた少数の大企業が出現するに至った。製品の多様化・高度化という新たな発展段階においては、国内市場向けの生産を通じて段階的な成長を遂げた一部の企業が外資との取引や輸出を開始している。ここでの競争は、価格のみならず品質に重点を置いたものとなっており、将来に向けたプラスチック産業の競争力強化にとって重要な意義をもつと考えられる。とくに、外資との取引においては、発注元のメーカーによる厳しい品質・納期管理基準が課され、サプライヤー間の競争と技術指導の組み合わせによってサプライヤーの規律を促すメカニズムが機能している。

輸入品からの保護は、ベトナムのコンテキストにおいては内需向け産業の競争力を阻害する要因とみなされることが多いが、プラスチック産業の場合は産業発展に一定の効果を発揮したと評価できるのではないだろうか。仮に1990年代初頭の時点でプラスチック製品の輸入が自由化されていれば、国内企業が単純な日用雑貨の生産から段階的な発展を遂げていく時間的余裕は与えられなかったかもしれない。保護政策といっても関税による保護以外に政府の介入は少なく、民間企業が比較的自由に参入できる環境が与えられたことがむしろ幸いしたという側面もあろう。保護政策の是非について検討することは本章の課題を超えるが、プラスチック産業が保護下で一定の産業発展を達成しえた理由として、原料の輸入が関税や非関税障壁の制限を受けなかったこと、国内需要が一定規模に達していたこと、継続的な新規参入による競争が企業の規律を促したこと、を指摘しておきたい。

経済発展、市場経済化の過程において、市場にはさまざまな需要が生まれる。経済の低発達性に起因する市場変動の激しさ、政策環境の不安定さといったさまざまなリスクのもとで、長期的需要と利潤が期待できる製品を見いだし効率的な生産・販売体制を築くことは容易ではない。しかし、本章で取り上げたプラスチック産業以外でも、近年、国内市場向け生産で成長を遂げ、徐々に輸出を伸ばしつつあるメーカーの例がみられる⁽⁶⁸⁾。「国際競争力のある輸出指向労働集約的産業と保護に依存し競争力のない内需型産業」という枠組みから離れ、個々の産業における生産主体、市場と流通、競争環境

の実態把握に基づいた産業研究が肝要であると筆者は考える。

将来のベトナム・プラスチック産業の発展展望はいくつかの要素に依存すると考えられるが、第1に、市場の国内需要の量的拡大および質的高度化の展望があげられよう。これは、プラスチック部品を必要とする各種機械産業などの発展、とりわけ外国投資の展望とも密接に関わる。第2の要素は、低価格かつ安定的な原料調達の実現に向けた取り組みである。タイなどの先発国においては、川下の成形部門の発展が先行し、続いて政府の主導で保護のもとでの川中・川上の石油化学産業の育成が行われた。ベトナムにおいても各種合成樹脂国産化案件が計画されているが、生産規模の面からアジア各国の既存プラントとの競争は難しいことが予想される。貿易自由化を前提とした環境下においていかに資本集約的産業の育成を図るのか、あるいは低価格かつ安定的な原料輸入を可能にするための制度構築に注力するのか、後発国ベトナムに課せられた難しい課題といえよう。

さらに最後の要素として、国内流通に関する問題点を指摘しておきたい。今後のプラスチック産業の高度化の過程において、原料流通における投機の発生、チャネルの長い消費財流通における生産者・市場間の情報フローの欠如、国内金型メーカーの品質・納期管理の難しさなど、流通や企業間取引に伴う諸問題が浮上してくる可能性がある。本章でも指摘したように、近年優位に立っている企業には、原料輸入のために海外の商社と密接な関係を築き、製品販売には独自の国内流通網を構築し、自社内に金型製造能力をもつものが多い。これら企業の対応が、流通や企業間取引に内在する問題とどのように関連しているのか、本章では検討することはできなかったが、今後の産業発展の展望に影響を及ぼす要素のひとつであると考えられる。今後の課題としたい。

〔付記〕 本章は、平成15年度CLMV開発展望研究「地域経済統合とベトナム：発展の新段階」研究会の一環として実施されたアジア経済研究所とベトナム国立人文社会科学センター経済学研究所の共同研究「ベトナムのプラスチック産業

における産業リンケージ」の成果に部分的に基づいている。調査にご協力頂いた産業界の各氏、および共同研究の実施にあたって便宜を図っていただいた経済学研究所副所長ハー・フイ・タイン (Ha Huy Thanh) 氏、共同研究者としてプロジェクト実施に携わりすべての調査に同行して下さった開発経済研究部長クー・チ・ロイ (Cu Chi Loi) 氏に厚く御礼申し上げる。ただし、本章の分析内容については筆者の責任である。

〔注〕 _____

- (1) 近年の工業生産や輸出に占める外国投資セクターの役割については、本書第1章の石田論文参照。
- (2) たとえば、大野健一・川端望編『ベトナムの工業化戦略—グローバル化時代の途上国産業支援—』日本評論社、2003年; United Nations Industrial Organization (UNIDO) and Development Strategy Institute (DSI), Ministry of Planning and Investment, “Vietnam: Industrial Competitiveness Review,” 1999; Multilateral Trade Policy Assistance Programme (MUTRAP), ‘Vietnam’s Integration into the World Economy, Accession to the World Trade Organization and the Development of Industry,’ 2002などがあげられる。
- (3) 保護政策は、国有セクターの非効率性と関連づけて議論されることが多く、ベトナムの産業競争力向上には効果を発揮していないために、削減・撤廃が必要であるとする見解が多い (International Monetary Fund, “Vietnam: Selected Issues,” IMF Staff Country Report No.99/55, July 1999; MUTRAP, “Vietnam’s Integration…”)。一方、大野は、後発途上国であるベトナムにおいては、一定の条件のもとで、限定的な期間、一部の産業の保護を認める必要性を強調している (大野健一『途上国のグローバリゼーション—自立的発展は可能か—』東洋経済新報社、2000年; 大野「国際統合に挑むベトナム〈大野・川端編『ベトナムの工業化戦略…』』59ページ)。流通システムや競争環境に関する議論は、大野「国際統合に…」, 46~47ページ参照。流通システムの未発達が産業発展の展望に及ぼす影響に関する研究には、繊維縫製産業の事例に即して分析した後藤健太「繊維・縫製産業—流通未発達の検証—」(大野・川端編『ベトナムの工業化戦略…』)がある。
- (4) 外資誘致の必要性を強く訴える識者の間においても、外資の誘致と生産拡大のために必要な素材・中間財・部品を供給できる裾野産業の育成が必要であるという認識は概ね共有されているとみられる (大野「国際統合に…」; MUTRAP, “Vietnam’s Integration…”)。
- (5) ホーチミン市で生産されるプラスチック成型品の約55%は射出成形法によるという (2003年5月17日、ホーチミン市工業局でのインタビュー)。

- (6) *Cong ty Nhua Thieu Nien Tien Phong Hai Phong: 40 Nam Xay Dung Doi Moi va Truong Thanh*, Nha Xuat Ban Hai Phong, 2000.
- (7) 従来、華人は、多くの資本が要求され迅速な収益が期待できない製造業への参入に慎重となる傾向があった。しかし、ベトナム共和国政権下では、外国人（ベトナム市民権をもたない華人を含む）の商業への参入を禁じ、軽工業の発展を促す政策が採択されたため、ベトナム人、華人による製造業への参入が進んだ（Tran Khanh, *The Ethnic Chinese and Economic Development in Vietnam*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 1993, p.64）。
- (8) Ibid., p.69.
- (9) Ibid., p.69.
- (10) 木村哲三郎『ベトナム：党官僚国家の新たな挑戦』アジア経済研究所，1996年，74ページ。
- (11) UFIプラスチック社は、260名の従業員を擁するサイゴン最大の華人プラスチック企業であった（Tran Khanh, *The Ethnic Chinese and...*, p. 69）。国有化の経緯については、2003年9月8日、Rang Dong社でのインタビューによる。
- (12) Tran Khanh, *The Ethnic Chinese and ...*, pp. 88, 92.
- (13) 以下の記述は、VINAPLASTのパンフレット“Tong cong ty Nhua Viet Nam: Vietnam National Plastics Corporation”および2003年5月27日VINAPLASTハノイ事務所でのインタビューに基づいている。
- (14) ベトナムの1人当たりプラスチック消費量は、1991年の年当たり1.1キログラムから2002年には15.6キログラムに増加した（図1参照）。これは、1991年時点のインドネシア（8キログラム）より高く、タイ（18キログラム）より低い水準である。
- (15) ベトナム商業省ウェブサイト <http://www.mot.gov.vn/thongke/Default.asp?kind=4>（2004年3月10日閲覧）による。信頼できる輸出/生産（あるいは売上）比率のデータが得られないため、2003年のベトナムの総輸出額の0.9%を占めるとの記述にとどめておく。
- (16) 1994年時点では、国内生産の65%が日用雑貨であった（Hoang Tan, “Plastic Industry in the Coming Decade,” *Vietnam Economic News*, No. 32, August 11-17, 1995, p.15）。
- (17) Centre for International Economics, *Non-tariff Barriers in Vietnam: A framework for developing a phase out strategy*, Canberra & Sydney, 1999, p.85.
- (18) Ibid.
- (19) ベトナムで初めてPVCの生産を手がけたのは三井化学、タイのTPC社ほかが出資した合弁企業Mitsui Vina社（ドンナイ省）であった。同社は1998年に稼働を開始したものの、国内需要の減退、輸入に依存する原料価格の変動、フィージビリティ・スタディにおいて想定されていたPVCに対する25%の輸入関税が

実施されなかったことなどの要因により損失を計上し続けた (MUTRAP, “Vietnam’s Integration…,” p.146)。2000年、三井化学は自社出資分をTPC社に売却しプロジェクトから撤退するに至ったが、プロジェクト自体はTPC Vina社として操業を継続している。また、2件目のPVC生産プロジェクトPhu My Plastics & Chemicals社 (バリア=ブンタウ省) は、1997年に認可を受けたものの、当初出資予定であった日系企業が撤退したためにマレーシアのペトロナス社とペトロベトナム社の出資比率が大幅に引き上げられるなど出資比率の調整が行われた。2003年1月ようやく操業開始に至った。

- (20) プラスチック産業の保護に非関税障壁が用いられることは少なかった。1999年、商業省による輸入管理品目のひとつにプラスチック包装材が加えられたが、2000年に除外された (1999年の輸出入管理に関する1998年12月30日付首相決定254号および2000年の輸出入に関する1999年12月30日付首相決定242号)。
- (21) 1993年8月28日付政府議定54号。
- (22) 2001年時点の関税率は原料が0～10%、加工品が5～50%であるが、MUTRAPの計算では2001年のプラスチック製品に対する名目保護率 (NRP) は30.34%、実効保護率 (ERP) は108.52%であり、「極度に保護されている品目」のひとつに分類されている。ただし、ベトナムの主要輸出品目であるアパレル、茶、食品、加工野菜・果物、水産物なども高いERPの値を示しており、ベトナムの場合、国際競争力のある品目であっても保護対象となる傾向が強いことが指摘されている。アパレルの実効保護率はプラスチック製品よりもさらに高い182.87%、顕示比較優位係数 (RCA) は4.54、プラスチック製品のRCAは0.74である (MUTRAP, “Vietnam’s Integration into…,” 第VI章参照)。
- (23) 1999年の輸出入管理に関する1998年12月30日付首相決定254号。
- (24) Centre for International Economics, *Non-Tariff Barriers*…, p.87.
- (25) 輸入課徴金の水準は、1999年に10%に引き上げられ、2000年に再度5%に引き下げられた。
- (26) 2003年7月23日付財務省決定110号第4条。
- (27) 2003～05年の工業省所属の総公司および国有企業の再編・刷新に関する2003年1月28日付首相決定125号による。VINAPLASTのほか、ベトナム皮革・靴総公司 (LEAPRODEXIM) とベトナム陶磁器・ガラス総会社が解体対象となった。いずれも、生産に占める国有セクターのシェアの低下が著しい産業の総公司である。
- (28) ベトナム・プラスチック社の設立に関する2003年6月5日付工業省決定72号。ベトナム・プラスチック社の設立は、規模の小さな企業を法人として存続させるための措置であり、国際競争力のある国有企業グループの形成を目的としたものではない (2003年5月8日、工業省国際協力局でのインタビュー)。
- (29) 前掲首相決定125号。

- 30) 2003年6月時点で、ホーチミン市工業局傘下の国有企業5社のうち、3社はすでに株式化を終了し、2社が株式化実施中であった（2003年5月17日、ホーチミン市工業局でのインタビュー）。
- 31) 2004年2月17日付工業省決定11号。
- 32) プラスチック原料生産案件の実施にあたっては、ベトナム石油・ガス総公司およびベトナム化学総公司を通じて石油・ガス部門および化学部門の発展計画との調整を図ると明記されている。
- 33) 拙稿「ベトナムの企業協会—プラスチック産業における二つの企業協会の事例—」（『アジア経済』第45巻第6号、2004年6月）。
- 34) 電気産業用部品生産においてドンナイ省が突出しているのは、外資の生産によるものである。
- 35) 統計総局のデータに基づき筆者算出。
- 36) 統計総局のデータに基づき、私営企業、構成員に国家を含まない有限会社、国家の出資のない株式会社の合計として筆者が算出した。
- 37) 2003年6月17日、サイゴン・プラスチック企業協会会長チャン・コン・ホアン・クォック・タン（Trang Cong Hoang Quoc Thang）氏へのインタビュー。
- 38) 政府公文書681/CP-KTN（1998年6月20日付）は、中小企業を登録資本金額50億ドン未満、従業員200人未満の企業と定義している。本章の分析では、登録資本金額のデータを用いることができないため、従業員数によって企業規模を分類した。
- 39) ここでの記述は、G社へのインタビューのほか、Q社へのアンケート調査の結果、Q社と取引のある日系企業へのインタビュー結果にも基づいている。
- 40) ホーチミン市にはプラスチック関連機械・設備の輸入販売業者が多数出現しており、サイゴン・プラスチック企業協会が発行する年鑑にも数十の業者が掲載されている（Vietnam Saigon Plastic Association & Vietnam Plastic Directors Club, *Nien Giam Nhua - Cao Su Viet Nam - ASEAN 2003-2004*, 2003）。とくに射出成形機については、中古品がベトナム国内で一般的に流通しているとみられる。調査対象企業には台湾製や中国製の中古品を導入しているものが多く、業者を通じて購入したため自らの導入している機械の製造年、メーカーすら知らない企業もあった（C社）。
- 41) Centre for International Economics, *Non-tariff barriers* …, p.86.
- 42) 残り1社は、創業以来一貫してバッテリーケースの生産を行っている企業で、バッテリー内部に注入される酸に対し耐久性のある樹脂を探していたところ日系商社から紹介を受けて以来、この商社を通じてタイからの輸入を継続している、特殊なケースである（A社）。
- 43) 2003年8月、ホーチミン市における複数の日系商社でのインタビュー。
- 44) 2003年8月、ホーチミン市における日系商社でのインタビュー。

- (45) 国際市況の変動の影響を直接受けるベトナムプラスチック産業の脆弱性を露呈したのが、2004年前半の樹脂価格の急騰に伴う混乱である。ホーチミン市における低密度ポリエチレン (LDPE) の実勢価格は、1月6日時点で1万2000ドンであったが、3月3日には1万7700ドンと、わずか2カ月の間に48%もの上昇を記録するなど(*Thoi bao Kinh te Viet Nam*, Jan.7, 2004およびApril 4, 2004)、国際市場における需給が逼迫したことからベトナムにおける樹脂価格は軒並み急騰した。多くのメーカー、とりわけ輸出契約を締結済みの企業においては、価格転嫁が行えない状況から採算が急激に悪化した(‘*Gia nguyen lieu nhua nhay vot, ngành nhua … e am!*’ *Tuoi tre*, Feb.16, 2004)。
- (46) Swisscontact, “Scoping Document: Market information in the plastic sub-sector,” March 28, 2003, p.16.
- (47) 卸売業者のなかには、中小メーカーに対し品質管理や包装、販売促進といったサービスを提供するものもあり、そのコストは販売価格に上乗せされる(*Ibid.*, p.10)。
- (48) C社、J社は、メコンデルタの卸売業者向けに製品を販売していると述べた。
- (49) 2003年8月、ホーチミン市ビンタイ市場内での調査。
- (50) 2003年6月17日、サイゴン・プラスチック企業協会会長チャン・コン・ホアン・クオック・タン氏へのインタビュー。
- (51) Vietnam Saigon Plastic Association & Vietnam Plastic Directors Club, *Nien Giam Nhua*…。なお、企業 (cong ty) として登録していない事業体は、ベトナム語でco so (基礎=事業体), xi nghiep (企業), nha may (工場) などと称するケースが多い。
- (52) 金型の外販を行っているプラスチック成形メーカーは民間企業B社と国有企業R社であった。R社の場合、金型の外販は売上げの2~3%を占めるにすぎないという(2003年6月18日インタビュー)。
- (53) 企業形態をとっていないものは小規模な工場であることが多いが、企業登録の有無と事業規模は必ずしも対応していない。たとえば、金型メーカーP社は企業登録を行っていない事業 (co so) であったが、従業員は40名に達し、タン・トゥアン (Tan Thuan) 輸出加工区の日系企業向けに工業部品用の金型を供給している。
- (54) 大野は、ベトナムにおいて、生産者が需要に対する正しい情報をもたないこと、品質基準や模倣品取り締まりの不徹底、非効率な商品流通といった状況もとの自由な参入と退出は国際競争力に結びつかず、むしろ低価格・低品質の蔓延をもたらすと指摘し、「供給過剰と低品質・低価格のスパイラル」と形容している(大野「国際統合に…」, 46~47ページ)。
- (55) この2社のほか、高い競争力をもつ大企業として調査対象の民間中小企業があげた企業には、ホーチミン市工業局傘下の国有企業、サイゴン・プラスチック

ク社がある。

- 56) ホーチミン市を含む南東部は、1988年から2002年までの間に認可を受けた外国投資案件の投資総額の53%を占める (General Statistical Office, *Statistical Yearbook*, Hanoi: Statistical Publishing House, 各年版に基づき筆者算出)。
- 57) 1998年、機械・電気・電子産業を対象に、国産化率に対応した奨励的輸入関税制度が発表された (1998年12月25日付財務省・工業省・税関総局合同通知176号)。以後、二輪車産業については国産化率の計算式の指定を含めた個別かつ詳細な国産化政策が施行された。
- 58) 筆者の調査からは、外資系家電メーカー、二輪車メーカーの部品国産化の最も直接的な契機となったのは国産化政策であることが明らかになった。しかし、国産化政策の対象となっていない産業においても、コスト削減の必要性から材料、部品、包装材の国産化に取り組んでいる外資系メーカーが多数みられた。
- 59) 工業部品や包装材の取引においては、「原則契約」という契約形態が採用されているケースがみられた。これは、1年 (C社) から3年 (G社) 程度の期間にわたって製品の売買を約束する契約書であり、原則契約に基づいて発注書 (don dat hang) による発注が行われる。G社の場合、原則契約に月・四半期当たりの目標発注量が原則契約書に記載されることもあるが、これらは拘束的な性格をもつものではなく、状況の変化に対応して再交渉の余地を残しているとのことである。
- 60) 二輪車生産に対する制限措置については、拙稿「ベトナムにおける直接投資と工業化—輸出加工型投資への転換とその限界—」(石田暁恵編『地域経済統合とベトナム—発展の現段階—』アジア経済研究所, 2003年)を参照。
- 61) たとえば、建設 (C社)、茶やタバコカ粉の輸出業 (D社)、紙の生産 (J社) など。
- 62) 2003年8月、日系商社でのインタビュー。
- 63) 主要メーカーの輸出・投資計画については、“Plastic industry can match…”参照。カンボジアなどでは、メーカーの直接輸出ではなく流通業者を通じて輸出されるケースも多く、国境付近の市場ではベトナム製品が60~70%を占めるところもあるとの報告もある (‘Hang Viet Nam dang mat dan loi the tai thi truong Campuchia,’ *Dau tu*, No.114, Sep. 22, 2003, p.14)。
- 64) アフリカのアンゴラ向けの輸出では、ベトナム人の経営する商店および商店街が現地市場参入の拠点となっている (‘Angola - ban dap quan trong toi mot thi truong 200 trieu dan,’ *Dau tu*, No. 19, Feb. 13, 2004)。ベトナム製プラスチック製品が浸透しつつあるウクライナにおいても、現地のベトナム人事業との連携、提携が輸出事業の鍵と指摘されている (‘Xuat khau, dau tu vao Ucraina,’ *Thoi bao Kinh te Viet Nam*, No. 145, Sep. 10, 2003, p.16)。

- ⑥5 ホーチミン市の民間企業を主体とし、民間企業が自らの意見を表明する場を創設する目的で、1993年に設立された。
- ⑥6 Vietnam Saigon Plastic Association & Vietnam Plastic Directors Club, *Nien Giam Nhua*….
- ⑥7 サイゴン・プラスチック社によるプラスチック工場への投資金額は130万ドルで、タイ製品が圧倒的なシェアを占めているラオス市場への参入のほか、タイ北東部およびミャンマーへの輸出も視野に入れているという（‘Plastics company to set up shop in Laos, supply regional markets,’ *Viet Nam News*, Feb. 27, 2004）。
- ⑥8 たとえば、国内の乳製品市場で75～90%という圧倒的なシェアを占めるVINAMILK社があげられる。2002年の総売上約3億ドルのうち、アメリカ、中東、東南アジアへの輸出が54%を占める（‘Vinamilk creams the competition,’ *Viet Nam News*, Feb.14, 2003）。